

**NOME:** Joana Filipa Duarte Semedo

**MESTRADO EM:** Comunicação Social – vertente de Comunicação Estratégica

**ORIENTADOR:** Professora Doutora Paula Cordeiro

**DATA:** 30 de setembro de 2013

**TÍTULO DA TESE:** O logótipo como elemento de comunicação: o estudo de caso dos museus em Portugal

### **RESUMO**

Os logótipos representam uma dada marca ou instituição através de uma composição gráfica que permite a quem os observa a sua identificação. No contexto dos museus, a criação de uma marca que seja capaz de refletir a sua missão, através de um símbolo que seja representativo da mesma e, ao mesmo tempo, memorizável e esteticamente apelativo, traduz-se numa forma eficaz de o destacar dos demais e, ao mesmo tempo, posicioná-lo no mercado cada vez mais abrangente da cultura e do lazer. Os logótipos assumem assim um potencial comunicativo que resulta do *design* dos seus elementos, em termos do tipo de letra e cores em que está desenhado, e da introdução ou não de um símbolo. Através da análise semiótica é possível fazer a desconstrução destes logótipos como forma de perceber qual o significado da utilização destes elementos. Nos museus em estudo, verifica-se uma coerência entre a análise semiótica e o parecer dos públicos, isto é, aquilo que se conclui pela desconstrução dos logótipos, em termos da sua função semiótica, é também semelhante à imagem que os participantes do *focus group* revela ter das instituições que representam. Ainda assim, o que se demonstra com este estudo é que a criação de logótipos que sejam esteticamente pouco apelativos, confusos ou até mesmo datados resulta na sua fraca representatividade dificultando também o envolvimento com aquela imagem que, genericamente, representa o museu.

**Palavras Chave:** cultura, museus, comunicação, *marketing*, logótipo, semiótica